

УДК 351.82:339.5.02

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОГО СЕКТОРУ НА ЗАСАДАХ ПОГЛИБЛЕНОЇ І ВСЕОСЯЖНОЇ ЗОНИ ВІЛЬНОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ З ЄС

STATE REGULATION OF FOREIGN TRADE SECTOR BASED ON THE DEEP AND COMPREHENSIVE FREE TRADE AREA OF UKRAINE WITH THE EU

Сібекіна А.Ю.

здобувач,

Державний науково-дослідний інститут інформатизації
та моделювання економіки

У роботі досліджуються питання впровадження тарифної лібералізації в українській торгівлі (2013–2017 рр.) в умовах європейської інтеграції. Результати підтверджують, що застосування торгових преференцій ЄС демонструє нереалізований експортний потенціал українських підприємств. Державне регулювання сектору зовнішньої торгівлі слід розглядати пріоритетом, заснованим на вільній торгівлі між Україною та ЄС.

Ключові слова: Європейський Союз, експорт, зона вільної торгівлі, державне регулювання, квота, мито, підприємство.

В работе исследуются вопросы внедрения тарифной либерализации в украинской торговле (2013–2017 гг.) в условиях европейской интеграции. Результаты подтверждают, что применение торговых преференций ЕС демонстрирует нереализованный экспортный потенциал украинских предприятий. Государственное регулирование сектора внешней торговли следует рассматривать приоритетом, основанным на свободной торговле между Украиной и ЕС.

Ключевые слова: Европейский Союз, экспорт, зона свободной торговли, государственное регулирование, квота, пошлина, предприятие.

This paper analyzes the issues of implementation of tariff liberalization in Ukrainian trade (2013-2017) in terms of European integration. The results justify that the application of EU trade preferences demonstrate an unrealized export potential of the Ukrainian companies. In this context, state regulation of foreign trade sector should be a priority based on free trade area between Ukraine and the EU.

Key words: The European Union, export, free trade area, state regulation, quota, duty, enterprise.

Поглиблена і всеосяжна зона вільної торгівлі (ПВЗВТ) є широкомасштабною за змістом частиною Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом (ЄС), предмет якої виходить далеко за межі лібералізації тарифів.

Угода про асоціацію з ЄС є великим рамковим документом і стосується майже кожної сфери економічного та політичного життя країни, а отже, у широкому сенсі – це документ, що визначає план реформ в Україні на найближчі 10 років.

ПВЗВТ з ЄС почала діяти з 2016 р., хоча значну частину торговельних бар'єрів між країнами було скасовано у квітні 2014 р. з моменту впровадження автономних торговельних преференцій ЄС, тобто вже кілька років для українських експортерів де-факто почала діяти зона вільної торгівлі з ЄС.

Незважаючи на певну низку економічних шоків, порівняно з 2013 р. позиції експорту в ЄС відчули незначних змін. Так, перші позиції в пере-

ліку товарів, які експортуються в ЄС, займають ті ж самі кукурудза, соняшникова олія, комплекти проводів для свічок запалювання, залізна руда та металеві вироби, що представлено в табл. 1. На перше місце впевнено вийшла кукурудза, частка якої впала з 10% у 2013 р. до 8% у 2017 р. Соняшникова олія перемістилася на другу позицію – 7% експорту. На третьому місці – комплекти проводів для свічок запалювання, частка яких в експорті до ЄС зросла з 6% до 7%.

Динаміка структури товарного експорту з України до країн ЄС-28, як видно з рис. 1, демонструє незмінність позицій основних товарів. Проте варто зауважити, що на ринок ЄС поступово виходять нові товари. Якщо в 2013 р. Україна постачала в країни ЄС 75% товарних позицій загального експорту, то в 2017 р. асортимент поставок в ЄС становив уже 81%, при цьому кількість товарних позицій загального експорту України за цей час поступово зростала.

Таблиця 1

Товарна структура експорту до ЄС, 2013–2017 рр.

Товарна позиція	2013, %	2017, %
Кукурудза	10	8
Олія соняшникова сира	2	7
Комплекти проводів для свічок запалювання	6	7
Напівфабрикати з вуглецевої сталі	10	5
Руди та концентрати залізні агломеровані	4	5
Руди та концентрати залізні неагломеровані	6	4
Насіння ріпаку з низьким вмістом ерукової кислоти	5	4
Макуха та інші тверді відходи з насіння соняшнику	3	2
Інше	54	58

Джерело: складено за [1–3]

У 2017 р. на ринок ЄС вийшли товари-«новачки», які не постачалися до ЄС протягом попередніх п'яти років. Загальна сума «абсолютно нового» експорту становила 2,8 млн. дол. США. Серед «новачків» приблизно 20% зайняло вершкове масло (гарний приклад успішності зусиль щодо адаптації до вимог ЄС до безпечності харчової продукції), ще 15% – конвеєри для підземних робіт. Далі в переліку – руди та концентрати рідкісних металів, порошок магнію, транспортні засоби для пересування снігом, машини для текстильної промисловості та лікарські засоби, що містять антибіотики. Із цих товарів приблизно половина позицій, зокрема руди металів, магній та лікарські засоби, на суму 1,3 млн. дол. США постачалися Україною виключно на ринок ЄС [4].

За результатами 2017 р. український експорт товарів в ЄС зріс на 30% та досяг рекордних 17,5 млрд. дол. США, що є найвищим показником із 2012 р. (рис. 2).

Більше ніж половину приросту експорту було досягнуто завдяки збільшенню реального експорту, тобто експорту, виміряного у сталих цінах. Цікаво, що обсяги реального експорту в решту країн світу майже не зросли. Таким чином, саме експорт в ЄС зробив позитивний внесок у зростання реального ВВП України в 2017 р.

Слід зауважити, що майже дві третини переробленої продукції постачається промисловим споживачам в ЄС, що робить українських експортерів частиною європейських виробничих ланцюжків. Так, одним із найвідоміших прикладів участі України у виробничих ланцюжках ЄС є, безумовно, виробництво електричного устаткування для автомобільної промисловості. У 2017 р. комплекти проводів для транспортних засобів були третім за вартістю експорту в ЄС товаром – 1,2 млрд. дол. США, що на 28% більше, ніж у 2013-му [4].

За інформацією моніторингової групи «Підприємства України», з 2015 р. на території країни

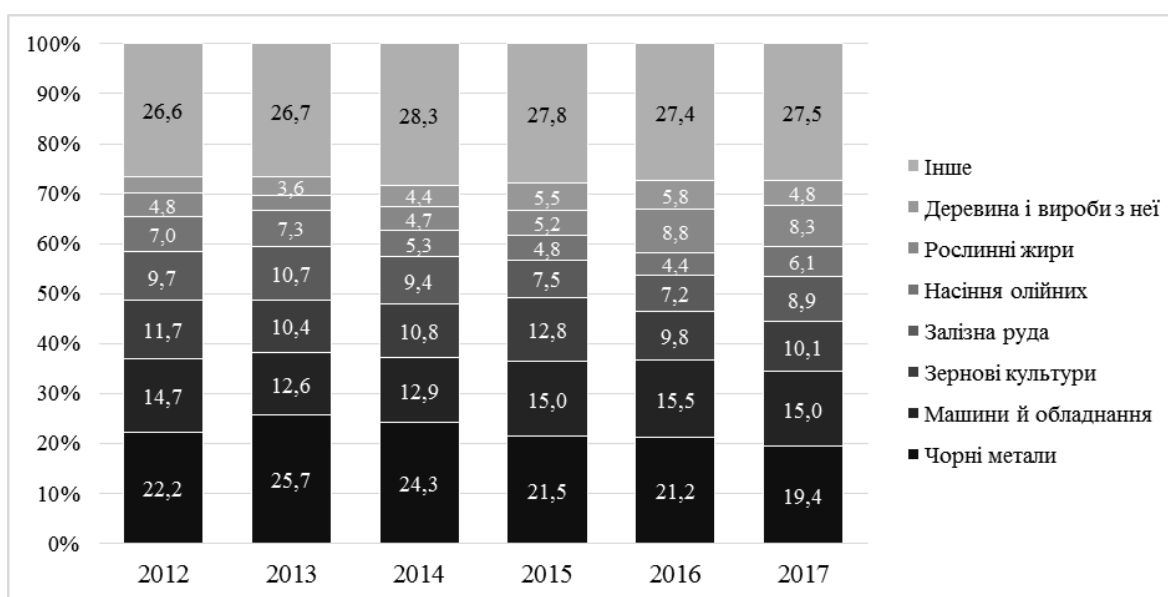


Рис. 1. Динаміка структури товарного експорту з України до країн ЄС-28 у 2012–2017 рр., %

Джерело: складено автором за даними [5]

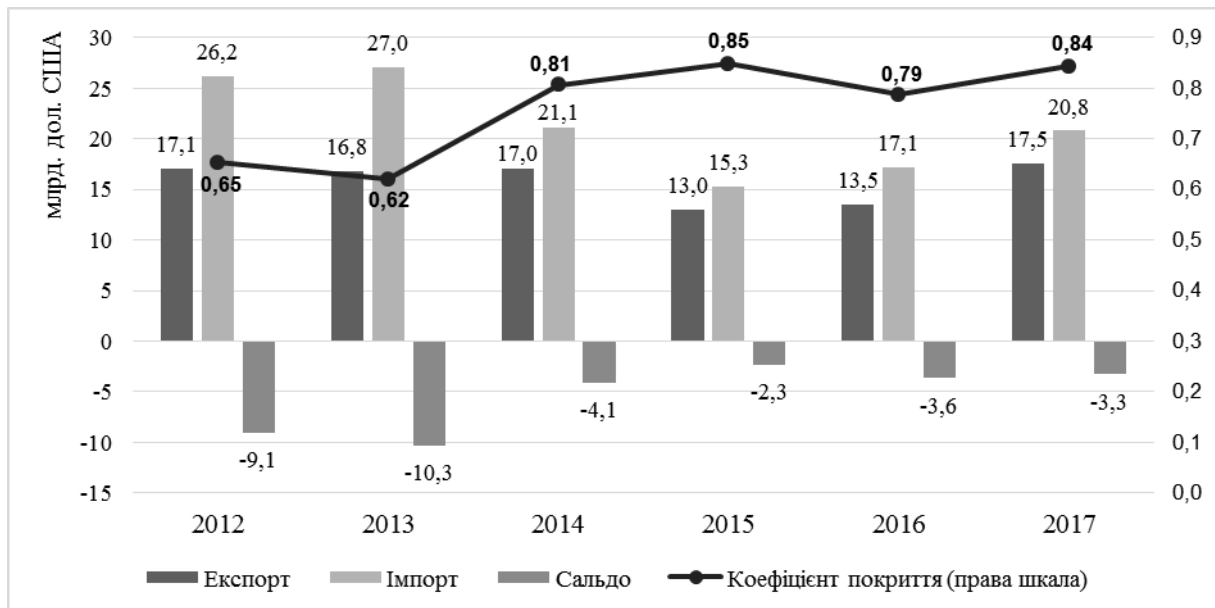


Рис. 2. Динаміка зовнішньої торгівлі України товарами з країнами ЄС-28 у 2012–2017 рр., млрд. дол. США

Джерело: складено автором за даними [2; 5]

відкрилося щонайменше дев'ять нових заводів даного спрямування із загальною кількістю робочих місць близько 15 тис. Майже вдсятеро за останні п'ять років збільшилася вартість поставок антен, на які припадає 0,2 млрд. дол. США [6].

Варто зазначити, що для експорту в рамках режиму вільної торгівлі з ЄС (нульові або зменшені мита) необхідно отримати сертифікат із перевезення товарів форми EUR.1, який з 1 січня 2016 р. видається митними органами України.

Порядок видачі сертифікатів форми EUR.1 аналогічний тому, що діє в європейських країнах і передбачає максимальне спрощення видачі сертифікатів на безоплатній основі у найкоротший термін з одночасним посиленням відповідальності експортера за достовірність інформації, яка необхідна для визначення українського походження товару.

Протягом 2016–2017 рр., за даними Державної фіскальної служби (ДФС), було видано 100 тис. сертифікатів EUR.1 на товари українського походження для можливості їх перевезення до країн ЄС, що свідчить про збільшення обсягів експорту до ЄС.

Найбільшу кількість сертифікатів було видано до Польщі – 28 957 шт., або 29%, Німеччини – 13 643 шт., або 13%, Румунії – 8 042 шт., або 8%, Італії – 5 319 шт., або 5%, Нідерландів – 4 159 шт., Литви – 3 903 шт., Болгарії – 3 348 шт. [7].

У розширенні обсягів експорту допомагають також і ввізні мита, що на більшість товарів в ЄС уже скасовані, адже з 7,6% до 0,5% зменшився середній тариф на український експорт до ЄС, як видно з табл. 2. Так, більшість мит скасовано у квітні 2014 р. в режимі автономних торговельних преференцій для України.

Без мит нині можна продавати живих тварин, рибу, сири, горіхи, більшість фруктів, овочів та олійних культур, кондитерських виробів, товарів легкої промисловості, продукції машинобудування тощо.

У рамках ПВЗВТ з ЄС передбачено запровадження тарифних квот. Це означає, що окремі товари постачаються у певних обсягах за нульовою ставкою. При цьому імпорту зазначених товарів понад визначений обсяг підпадає під загальний режим імпорту, тобто оподатковується за тими ж умовами, які діяли до запровадження вільної торгівлі з ЄС.

Таблиця 2

Тарифна лібералізація для українських товарів

Період	Всього по митному тарифу	По товарах груп УКТЗЕД 01-24 (с/г)	По товарах груп УКТЗЕД 25-97 (промислові та перероблені с/г товари)
Діюча ТЛ	7,6	19,8	3,9
ТЛ з моменту набуття чинності УА	0,5	0,6	0,5
11-й рік ТЛ	0,05	0,24	0

Джерело: складено автором за даними [8; 9]

Встановлення безмитних тарифних квот ЄС передбачено для 36 видів товарів, причому по чотирьох видах встановлено додаткові обсяги. У 2016 р. українські виробники активно використовували можливості експорту до ЄС у рамках 26 із 40 тарифних квот [10].

Для 18 товарів вже передбачено збільшення обсягів тарифних квот упродовж п'яти років із дати застосування торговельних положень Угоди. Наприклад, Угодою про асоціацію передбачено поступове збільшення обсягів тарифної квоти на виноградний та яблучний соки з 10 тис. т/рік до 20 тис. т/рік протягом п'яти років. У 2017 р. обсяг квоти становив 12 тис. т/рік, у 2018 р. – 14 тис. т/рік, у 2019 р. становитиме 16 тис. т/рік, у 2020 р. – 18 тис. т/рік, у 2021 р. і далі щорічно – 20 тис. т/рік.

Окрім того, у рамках додаткових торговельних преференцій, які набули чинності 1 жовтня 2017 р., ЄС запроваджено додаткові нульові тарифні квоти на імпорт української агрохарчової продукції.

Водночас положеннями Угоди про асоціацію між Україною та ЄС розгляд питання щодо прискорення та розширення умов лібералізації буде можливий через п'ять років із дати застосування торговельних положень Угоди. Таким чином, українська сторона матиме можливість провести відповідні консультації зі стороною ЄС не раніше 2021 р.

Цікаво додати, що квоти по меду, виноградному та яблучному соках, обробленим томатам, цукру, ячмінній крупі та борошну, м'ясу птиці, пшениці, кукурудзі, ячменю найшвидше використовуються українськими експортерами.

Адміністрування тарифних квот здійснюється за двома принципами: «перший прийшов – перший обслуговується» та через систему імпорتنих ліцензій [11].

Отже, аналіз експорту до ЄС спростовує міф, що українські виробники неспроможні конкурувати на ринку ЄС і лише обмежена кількість товарних позицій українського експорту може знайти на цьому ринку свого покупця.

Сучасний український бізнес не характеризується браком інформації про ЄС, острахом конкуренції та високих стандартів. Нині вітчизняний малий та середній бізнес уже має розуміння того, що ЄС – найбільший ринок збуту. Водночас основними проблемами залишаються відсутність маркетингової культури та слабка обізнаність із правилами ведення бізнесу та торгівлі ЄС.

Відповідно до опитування Інституту економічних досліджень та політичних консультацій, найвагомими перешкодами для українських експортерів виявляються неефективний і непрозорий механізм відшкодування ПДВ, а також значний рівень бюрократизації. Більше 40% експортерів назвали ці чинники перешкодами для здійснення експорту. Іншими поширеними бар'єрами респонденти називають велику кіль-

кість дозвільних документів для експорту, непередбачуваність торговельної політики України, бюрократію, непрозорість у податкових органах та високий рівень податкового тягаря [12].

Водночас варто зазначити досить невисоку пристосованість українського малого та середнього бізнесу до умов ринку ЄС через відсутність комплексної стратегії державного регулювання зовнішньоторговельного сектору в умовах європейської інтеграції. Адже все ще бракує регулювання кредитування експорту, запровадження культури ведення бізнесу на зовнішніх ринках, розбудови інституту експорту, влагодженого процесу адаптації українського законодавства до європейських вимог тощо.

Варто зазначити, що українські компанії по-різному знаходять потенційних клієнтів на ринках ЄС. Так, якщо великий бізнес має свою стратегію роботи на ринках ЄС – безпосереднє відкриття представництв за кордоном, – проте малий бізнес не має для цього фінансових ресурсів.

Наприклад, вітчизняний виробник промислових і побутових фільтрів для води Ecosoft купував сировину в Ірландії, де зрештою зацікавилися продукцією компанії. Тепер Ecosoft уже під іншою назвою реалізовує товари.

Під назвою іншого бренду на ринку Польщі працює підприємство «Ярич», відоме в Україні своїм печивом.

Компанія «СтудіоПак», яка раніше була дистриб'ютором італійських контейнерів з алюмінієвої фольги, зрештою сама почала виробництво такої продукції в Україні. За кілька років підприємці наважилися на вихід до ЄС: тепер продукція «СтудіоПак» продається у Польщі та Німеччині.

У дуже вузькому сегменті ринку працюють український виробник соків «ГАЛС ЛТД» та підприємство виготовлення прасувальних дошок Eurogold. Перший зайняв нішу на ринку елітної продукції, другий – продає кожну десятку прасувальну дошку в ЄС.

Зазначені компанії є прикладом середніх і маленьких підприємств із вдалим менеджментом, вони зуміли розробити виважену стратегію виходу на ринки ЄС із відповідним проходженням сертифікаційних процедур.

Отже, щоб прилаштуватися до умов ПВЗВТ з ЄС, українським підприємствам необхідно не лише міняти систему свого виробництва та модернізувати його так, щоб унеможливити випуск неякісної продукції. Безумовно, вітчизняний споживач від цього тільки виграє. З іншого боку, допомога органів державної влади українським виробникам та експортерам у виході на зовнішні ринки має стати пріоритетом роботи офіційних установ та інституцій.

У цьому контексті слушно зосередити зусилля на реалізації комплексної стратегії державного регулювання зовнішньоторговельного сектору задля сприяння легкості ведення вітчизняного бізнесу в рамках лібералізації торгівлі в умовах євроінтеграції (рис. 3).

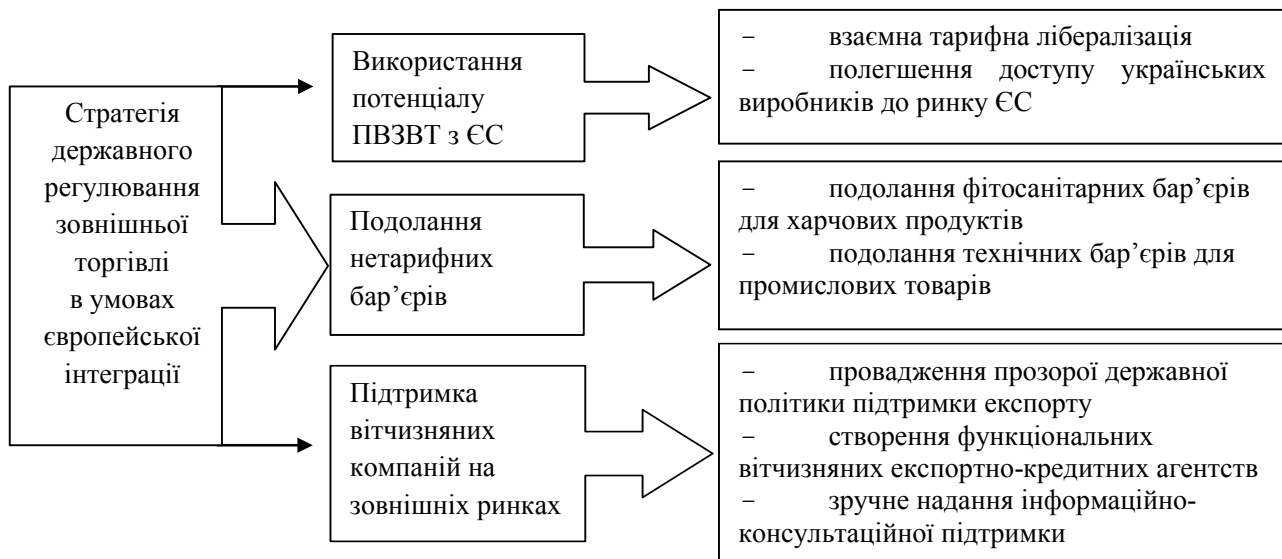


Рис. 3. Стратегія державного регулювання зовнішньоторговельного сектору в умовах євроінтеграції

Джерело: складено автором

Тому важливим є фокус на кількох пріоритетах одночасно: використання потенціалу лібералізації, подолання нетарифних бар'єрів, а також налагодження систематичної підтримки українських виробників та експортерів шляхом упровадження державної підтримки експорту (у т. ч. за рахунок виконання положень Експортної стратегії 2017–2021 рр.), а також продовження курсу на консультаційну підтримку.

Нагальним питанням залишається перспектива створення вітчизняної ефективної інституції із захисту інтересів експортерів, державної підтримки і просування українського експорту у вигляді експортно-кредитного агентства.

Отже, незважаючи на зростання експорту до ЄС (за рахунок збільшення реального експорту) та збільшення його частки у загальному товарному експорті України, поки що говорити про суттєві зміни у структурі експорту до ЄС зарано. Водночас збільшення експорту перероблених

товарів означає, що Україна розширює експорт товарів із більшою часткою доданої вартості.

Навіть після кількох років функціонування ПВЗВТ України з ЄС українські виробники та експортери відчувають проблеми виходу на європейські ринки. Важливим для розвитку експортного потенціалу країни стають законодавчі та регуляційні зміни у вигляді комплексної стратегії державного регулювання зовнішньоторговельного сектору в умовах євроінтеграції.

Конкурентоздатність та успіх представників вітчизняного бізнесу на ринках ЄС нині залежать від конкретного власника підприємства, його активності, гнучкості, рівня ділової культури, здатності до засвоєння нових знань та методів організації роботи, тому варто поширювати досвід успішних українських компаній, яким удалося зайняти свою нішу на ринку ЄС, серед представників малого та середнього бізнесу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Розуміння Угод про асоціацію між ЄС та Україною, Молдовою і Грузією. URL: <http://www.3dcftas.eu>.
2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. UN Comtrade Database. URL: <https://comtrade.un.org>.
4. Мовчан В. Експорт спростовує міфи: що показала торгівля України з ЄС у 2017 році. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2018/03/13/7078607>.
5. UNCTAD Statistics. URL: <http://unctad.org/en/Pages/statistics.aspx>.
6. Національний промисловий портал. URL: <http://uprom.info/>.
7. Державна фіскальна служба. URL: <http://sfs.gov.ua>.
8. Урядовий портал: Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, з іншої сторони. URL: [http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_Ukraine-EU_Association_Agreement_\(body\).pdf](http://www.kmu.gov.ua/kmu/docs/EA/00_Ukraine-EU_Association_Agreement_(body).pdf).
9. Trade Helpdesk: Tarrifs. URL: <http://trade.ec.europa.eu/tradehelp>.
10. Європейські інтеграція України. URL: <http://old.eu-ua.org/novi-mozhlyvosti-dlia-biznesu/>.
11. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. URL: <http://me.gov.ua>.
12. Опитування українських експортерів та імпортерів: проект «Діалог зі сприяння торгівлі». URL: <http://www.ier.com.ua>.